|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | **Poptávka výroby „Vinarská turistika“ – Brief č. 11 – dílčí Objednávka**  **Smlouva 2022/S/410/0348: zveřejněna dne: 20.12.2022**  **Předběžná hodnota je: 641 000 bez DPH**   * 1. Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism   příspěvková organizace Ministerstva pro místní rozvoj České republiky   |  |  | | --- | --- | | Sídlo: | Štěpánská 567/15, Praha 2 – Nové Město 120 00 | | IČ: | 49 27 76 00 | | DIČ: | CZ 49 27 76 00 | | Zastoupená: | František Reismüller, Ph. D., ředitelem ČCCR – CzechTourism | | | | Firma: Unreal Visual s.r.o. |  | | Zapsanou v obchodním rejstříku vedeném | u Městského soudu v Praze, oddíl C vložka 274042 | | Sídlo: | Dubečská 73/6, 100 00 Praha 10 - Strašnice | | Zastoupená: | XXX, Jednatelem | | IČ: | 05979064 | | DIČ: | CZ05979064 | | Poskytovatel je plátce DPH | ANO | | Bankovní spojení: č. účtu | XXX | | | | |
|  | **Žadatel** (jméno, příjmení, příp. odbor, oddělení, ZZ) | XXX, reklamní oddělení | | |
|  | Typ objednávané věci | Vinařská turistika | | |
|  | Datum objednání | 9.9.2024 | | |
|  | Datum požadovaného doručení | 15.10.2024 | | |
|  | **Podrobné zadání** | | | |
|  | **Výchozí situace**  *(Popište prosím celkovou situaci, všechny souvislosti, tedy nejen proč objednáváte danou věc (kampaň, fotografii, video, POS materiály, …), ale do jaké situace má objednaná věc zapadnout.)* | Doporučené lokace: Vinařské podoblasti (jižní Morava)  • Znojemská – Thaya Havraníky, Lahofer, Enotéka, Šobes – vinice, Národní park Podyjí, Konitz,  • Mikulovská – Mikulov, Reisten/Kolby, Sonberk, Dunajovské kopce, arecheopark, Věstonická venuše  • Velkopavlovická – Modré hory (Vrbice), Kurdějov, bistro Němčičky, Oblelisk  • Slovácká – Plže, Dog in Dock Veselí nad Moravou, Spielberk, Bzenec – interiéry,  • Bzenec kaple sv. Floriána a sv. Šebestiána  Vinařské podoblasti (Čechy)  • Vinice u chrámu Sv. Barbory v KH + panorama s vinicí od kostela Sv. Jakuba  • Zámek Mělník + vinice pod zámkem a sklepy, vinařství Kraus včetně vinice Klamovka  • Záběr na žernosecké vinohrady, portu Bohemiku a řeku Labe - záběr od kapličky v Žernoseckém vinařství  • Zámek Vranov nad Dyjí  • Záběr z historických sklepů Lobkowiczkého zámeckého vinařství  Vinařské podoblasti (Východní Morava)  • Velehradská vinice - www.velehradskevinice.cz  • Tradiční modré sklepy Plže | | |
|  | **Produkt** *Popište prosím produkt, který chcete inzerovat, který má být na fotografii, ve videu, na OOH, na POS materiálech. Uveďte prosím konkurenci na trhu, uveďte proč vámi vybraný produkt je konkurence schopný a co j jeho hlavní výhoda. Uveďte USP (Unique selling proposition) pokud existuje, pokud ne naznačte čím by mohl být produkt výjimečný.* Případně uveďte reference na konkurenční produkt. | Vinarská a gastro turistika propojená se zážitky. USP v Česku za vinarskú turistiku je mladá generace vinářu, ktorá produkuje kvalitné lokálne naturálne vína, široký sortiment, a nádherne pamiatky – neobjevený vinársky skvost | | |
|  |
|  | **Cílová skupina** *Uveďte komu je objednávaná věc určena. Čím specifičtější bude popis cílové skupiny, tím větší je šance, že reklama danou skupinu zasáhne.* | Bonitní zahraniční klientela se zájmem o vinařskou turistiku a gastroturistiku ve věku 40-60 let (pár) | | |
|  | **Insight** *Insight je pravdivý vhled do dané situace. Např. co by o dané věci řekli kamarádi při diskusi v hospodě. Insight není to co si přejeme aby se stalo. Vyplňte prosím insight pokud ho víte.* | Vinársky turisté hledají unikátní destinace, které nabízejí nejen skvělé víno, ale i gastro a kulturní či přírodní zážitky.  • Idylické záběry krajiny s vinohrady  • Záběry na tradiční i moderní vinařství (tradiční sklípky i moderní architektonicky zajímavá vinařství)  • Záběry na párování s gastronomií  • Tradice (zarážání hory, hody, folklórní slavnosti, cimbálka, kroje)  • Znojemské historické vinobraní)  • Propojení s jinými aktivitami – cykloturistika, cestování za památkami, netradiční zážitky (glamping, piknik na vinici) | | |
|  | **Co chceme objednanou věcí** (fotkou, videm, …) **sdělit** *Zkuste prosím navrhnout co by Vám připadalo vhodné.* | Chceme videem ukázat atraktivtu českých vinařských oblastí a jejich diverzitu (možnost kombinace s dalším volnočasovým vyžitím), kvalitní infrastrukturu a služby nalákat je na spojení české rozmanitosti a aktivního odpočinku | | |
|  | **RTB (reason to believe)** *Uveďte proč by výše uvedené propozici měla cílová skupina věřit.* | Idylická krajina, ideální místo pro romantickou dovolenou, pestrá paleta zážitků spojených s vínem, autenticita a tradice jako naše USP, pohostinnost místních obyvatel  • Folklor má šmrc, baví i mladou generaci. Pěstování vína se věnují i mladí vinaři, kteří tvoří nové, zajímavé koncepty. Propojují se s dalšími aktéry CR a vymýšlí degustace na netradičních místech. Cílem je umocnění zážitku z návštěvy nejen ochutnání vína. Doplnění degustace o skvělé jídlo, kulturu v autentickém prostředí. Fresh vibe, vyhnout se klišé. Postavit to na producentech a tvářích. Stavět to na udržitelnosti a regionálnosti. Zapojit cykloturistiku (opatrně). Rozvíjí se u nás enomaty. Zapojit šumivá a perlivá vína – trend dnešní doby. | | |
|  | **Mandatory** *Co musí /nesmí v objednané věci být.* | Zahraniční turisti (Škandinávie, UK, Nemecko, Benelux) se zájmem o vinařskou turistiku a gastroturistiku ve věku 40--50 let (pár) | | |
|  | **Budget** *Pokud je relevantní - uveďte rozpočet ze kterého má být objednaná věc hrazena.* |  | | |
|  | **Alternativně - co má zákazník udělat** *Pokud je to relevantní popište co by měl zákazník po zhlédnutí požadované věci udělat - např. navštívit web visitczechrepublic.com / jít do lokální cestovní kanceláře, ...* | rozhodnout se pro Česko jako pro místo k dovolené a propojit víno s dalšími aktivitami, které Česko nabízí | | |
|  | **Technický popis objednané věci** | | | |
|  | Typ objednávané věci | 1 video širka - 1 min dĺžka  30 sek šírka + výška 15-20 sek reel | | |
|  | Uveďte rozměr a v jakých jednotkách je daný rozměr uveden (centimetry, metry, mm, pixely) | 4K | | |
|  | Další specifikace (u videa např. požadovaná délka videa, jazyková mutace, ...) | 1 video širka - 1 min dĺžka  30 sek šírka + výška 15-20 sek reel | | |
|  | Orientace (na výšku/na šířku) | Točíme na šírku, reel cropujeme | | |
|  | Datový formát (pokud je to relevantní , např. jpg, PDF, gif, mp4, ai, …) |  | | |
|  | Specifikace týkající se užití - komerční/nekomerční/případné navazující licence | komenrční užití, neomezená licence na celý svět, neomezená licence herci | | |
|  | Existuje nějaké technické omezení (uveďte pokud je to relevantní - např. fotku lze tisknout pouze dvoubarevně) |  | | |
|  | **Další požadavky** | | | |
|  | Budete schvalovat objednané věci u vašeho obchodního partnera (tzn. musí vám např. fotografii schválit váš obchodní partner)? |  | | |
|  | Jak dlouho může trvat schvalování třetí strany - uveďte pouze pokud je to důležité z hlediska timingu? |  |  |  |

**František Reismüller, Ph. D.**

Ředitel CEO :